

ЛОГІКО-ЗМІСТОВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ

УДК 658.628:621.002.6

Лаврентьєва Л. С.

*асистент кафедри економіки та маркетингу
НТУ «ХПІ»*

Конкурентоспроможність підприємства значною мірою визначається його асортиментною політикою. Проблема управління асортиментом продукції є комплексною, оскільки пов'язана з сукупністю таких проблем, як визначення оптимальних параметрів продукції, аналіз витрат на вдосконалення параметрів продукції, ціноутворення, організація збутової діяльності підприємства, стратегічне управління підприємством, аналіз ринкової кон'юнктури. З нашої точки зору, природа досліджуваної нами проблеми вимагає конкретизації причинно-наслідкових зв'язків між наведеними вище проблемами, що дозволить сконцентрувати зусилля на аналізі та вирішенні проблем-причин, які впливають на управління асортиментом продукції. Слід зазначити, що саме цей аспект проблеми є недостатньо дослідженим у роботах науковців [1], [2], [3], [4], [5].

Більш ретельний аналіз досліджуваної проблеми доцільно, з нашої точки зору, проводити за допомогою логіко-змістовного моделювання [6], яке дозволяє структурувати та упорядкувати проблеми, які пов'язані з проблемою управління асортиментом та параметрами продукції за ринкових умов. Нами сформовано каталог проблем підприємства-виробника:

- 1) стратегічне управління підприємством;
- 2) стратегічне управління асортиментом продукції підприємства;
- 3) стратегічне управління збутом продукції підприємства;
- 4) стратегічне управління персоналом підприємства;
- 5) впровадження стратегічної системи управління підприємством;
- 6) впровадження стратегічної системи управління асортиментом продукції підприємства;
- 7) оцінка ефективності застосування стратегічної системи управління підприємством;

- 8) управління асортиментом продукції на підприємстві;
- 9) визначення ефективності управління асортиментом продукції;
- 10) формування та обґрунтування асортименту продукції підприємства;
- 11) вибір методу управління асортиментом продукції підприємства;
- 12) оцінка платоспроможності споживачів;
- 13) вивчення задоволеності споживачів параметрами продукції;
- 14) вивчення потреб покупців продукції;
- 15) визначення оптимальних параметрів продукції;
- 16) аналіз витрат на вдосконалення параметрів продукції;
- 17) розподіл накладних витрат на продукцію;
- 18) вибір методу бюджетування;
- 19) організація управлінського обліку на підприємстві;
- 20) оцінка наявних виробничих потужностей для виробництва продукції з поліпшеними параметрами;
- 21) оцінка ефективності вдосконалення параметрів продукції;
- 22) оцінка фінансового стану підприємства-виробника продукції;
- 23) дослідження впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства;
- 24) дослідження впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність підприємства;
- 25) методичне забезпечення апарата планування та прогнозування на підприємстві.

Шляхом аналізу причинно-наслідкових зв'язків між парами проблем визначаються рівні значущості проблем. За отриманими результатами будується граф проблем, який є наочним зображенням проблем-причин та проблем-наслідків.

Граф проблем підприємства-виробника констатує, що проблема 8 (управління асортиментом продукції на підприємстві) є причиною двох проблем: проблеми 6 (впровадження стратегічної системи управління асортиментом продукції підприємства) і проблеми 9 (визначення ефективності управління асортиментом продукції). У свою чергу, досліджувана проблема 8 є слідством проблем 2 (стратегічне управління асортиментом продукції підприємства), 10 (формування й обґрунтування асортименту продукції підприємства), 23 (дослідження впливу факторів

зовнішнього середовища на діяльність підприємства) та 24 (дослідження впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність підприємства)

Граф проблем наочно показує, наскільки комплексна досліджувана проблема. Також варто звернути увагу на причинно-наслідкові зв'язки другої черги, які охоплюють більш широке коло проблем, пов'язаних з управлінням асортиментом та параметрами продукції підприємства в ринкових умовах, на які також слід звертати увагу при управлінні асортиментом і параметрами продукції.

Вдосконалення теоретичних засад аналізу проблеми управління асортиментом продукції шляхом проведення логіко-змістовного моделювання сукупності проблем стратегічного управління, бюджетування, аспектів формування асортименту продукції, вивчення потреб споживачів надає можливість виявити причинно-наслідкові зв'язки між проблемами та визначити основні напрями управління асортиментом продукції, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Скобелев В. Г., Смеричевский С. Ф. Адаптивное управление стратегией планирования (ч.1) // Менеджер. – 2000. - № 3. - С. 18 - 23.
2. Зозульов О. Методика визначення оптимальних характеристик товару // Маркетинговые исследования в Украине.- 2005. - № 4 (11) июль-август. - С. 42 - 47.
3. Кочурова Л. Планирование в условиях развитого рынка// Проблемы теории и практики управления. – 2006. - № 1. - С. 35 - 39.
4. Кузнецов С., Рожков И. Долгосрочное планирование в системе управления компанией // Проблемы теории и практики управления. - 2000. - № 2. - С. 78 - 84.
5. Тимонин А. М., Верещагина А. В. Своевременное обновление продукции как главный фактор развития предприятий // Організ.-екон. умови і механізми розвитку економіки України. - 1999. - С. 259 - 271.
6. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования. Теория, методология и практика – Москва: Финпресс, 2000. - 276 с.

РЕЦЕНЗІЯ

Тези доповіді Лаврентьєвої Людмили Сергіївни "Логіко-змістове моделювання проблеми управління асортиментом продукції" присвячені актуальній проблемі управління асортиментом продукції, яка впливає на конкурентоспроможність підприємства за сучасних ринкових умов.

Проблема управління асортиментом продукції є комплексною, оскільки пов'язана з сукупністю таких проблем, як визначення оптимальних параметрів продукції, аналіз витрат на вдосконалення параметрів продукції, ціноутворення, організація збутової діяльності підприємства, стратегічне управління підприємством, аналіз ринкової кон'юнктури.

Вдосконалення теоретичних засад аналізу проблеми управління асортиментом продукції шляхом проведення логіко-змістовного моделювання сукупності проблем стратегічного управління, бюджетування, аспектів формування асортименту продукції, вивчення потреб споживачів надає можливість виявити причинно-наслідкові зв'язки між проблемами та визначити основні напрями управління асортиментом продукції, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

проф., д. е. н.

Яковлев А. І.

ЗАЯВКА НА УЧАСТЬ

у Міжнародній науково-практичній конференції „Інтеграційні процеси в економіці України”

Прізвище, ім'я, по батькові учасника	Лаврентьєва Людмила Сергіївна
Рік народження	1978
Країна, місто	Україна, м. Харків
Повна назва вищого навчального закладу	Національний технічний університет „Харківський політехнічний інститут”
Повна адреса вищого навчального закладу	61002, м. Харків, вул. Фрунзе, 21
Факультет, кафедра	асистент кафедри економіки та маркетингу
Адреса, на яку слід надіслати запрошення на конференцію	61054, м. Харків, вул. Гв. Широнінців, б. 21 „а”, кв. 30
Контактний телефон	(057) 710-63-12
E-mail	assorti@ua.fm
Номер та назва секції	Секція 3. Конкурентоспроможність підприємств: продукція, інновації, персонал
Назва доповіді	Логіко-змістовне моделювання проблеми управління асортиментом продукції
Керівник	Проф., д.е.н Яковлев А. І.
Чи плануєте Ви викупити збірник наукових статей?	Так
Чи потрібне бронювання місця в готелі?	Ні
Чи потрібне використання мультимедійного проектора?	Так

Проректор із наукової роботи

Марченко А. П.

Проректору НТУ «ХПИ»
по научной работе
Марченко А. П.
Лаврентьевой
Людмилы Сергеевны

Уважаемый Андрей Петрович!

Прошу подписать заявку в двух экземплярах на участие в Международной научно-практической конференции «Интеграционные процессы в экономике Украины», которая состоится в Харьковском национальном экономическом университете 11 – 12 апреля 2008 г. (срок подачи заявок - до 1 марта 2008 г.).

Ассистент кафедры
экономики и маркетинга

Лаврентьева Л. С.